

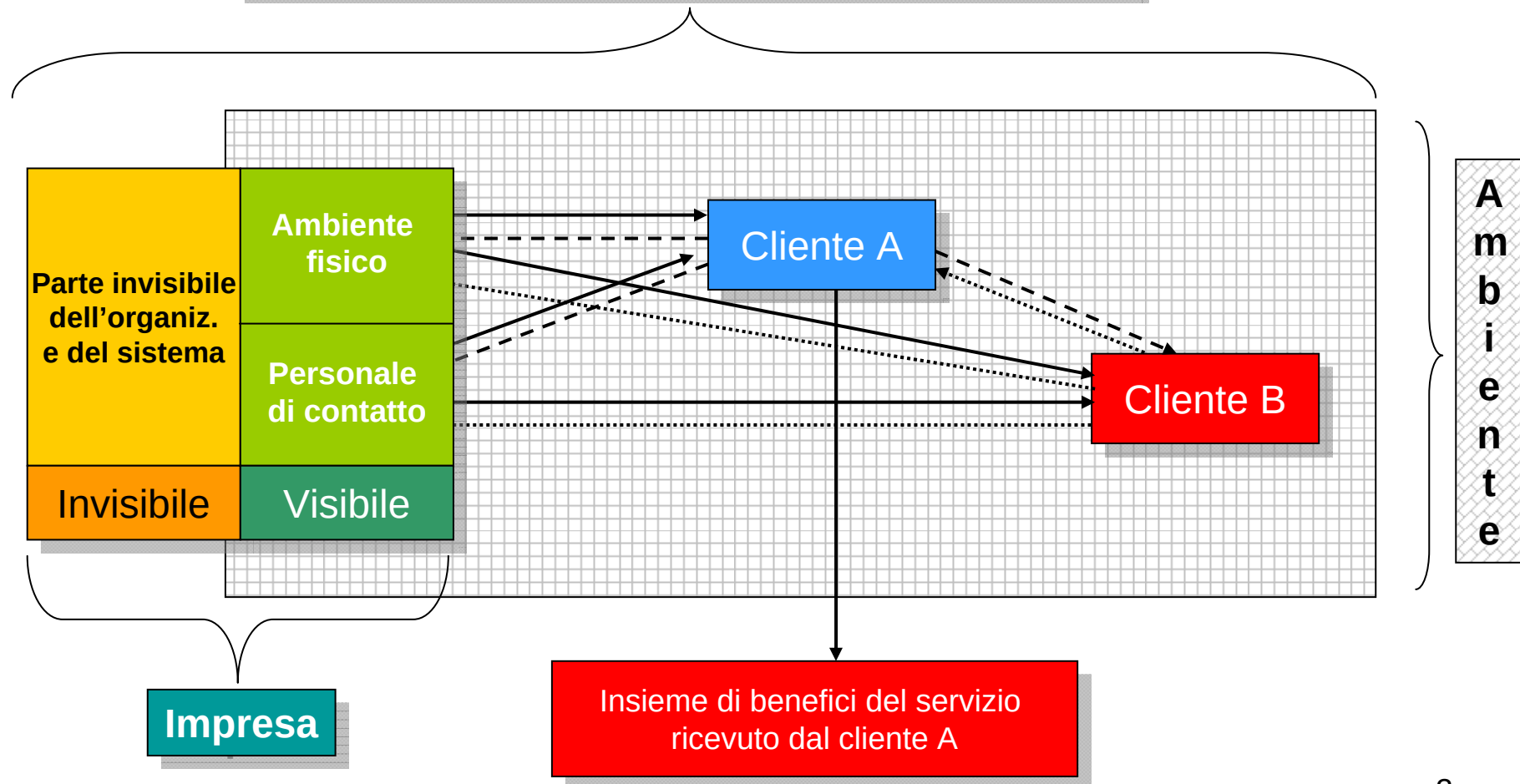
**Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”
Facoltà di Lettere e Filosofia**

**“Service marketing e ambiente
di marketing”
*a.a. 2008/09***

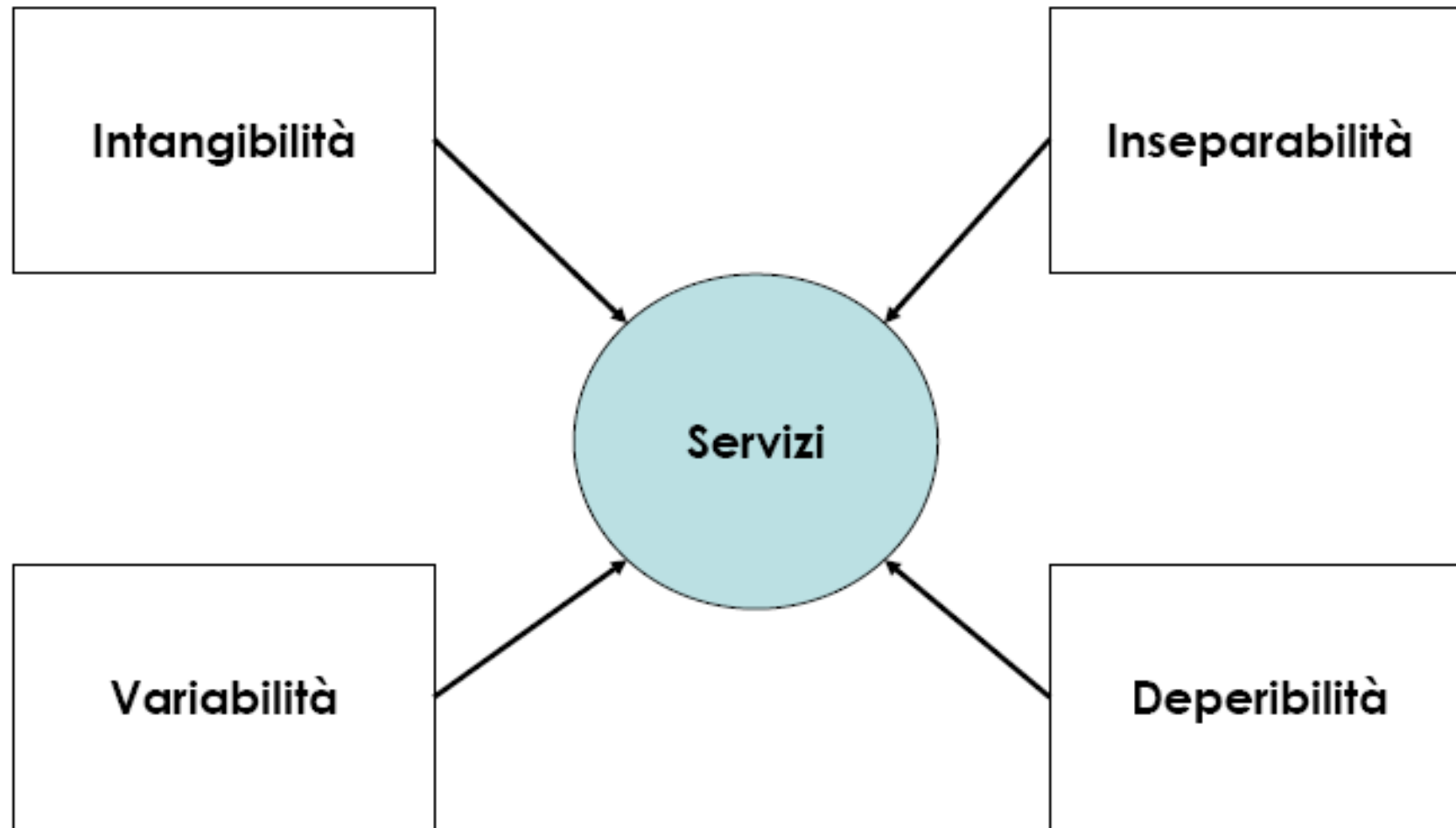
Dott. Mario Liguori

Modello base del sistema di erogazione dei servizi (Servunction Model)

Sistema di erogazione del servizio



Modello base del sistema di erogazione dei servizi (Servunction Model)

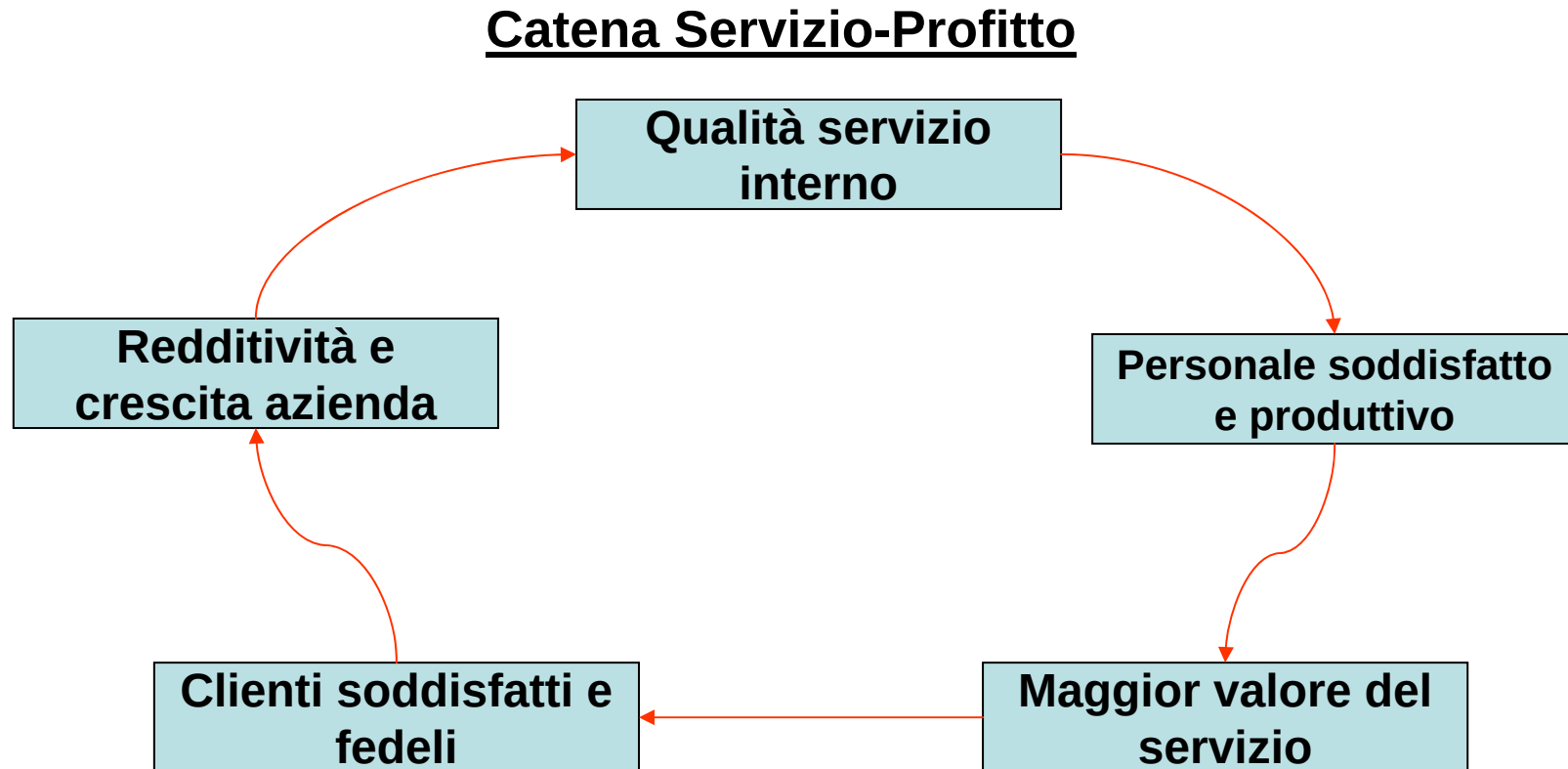


Modello base del sistema di erogazione dei servizi (Servunction Model)

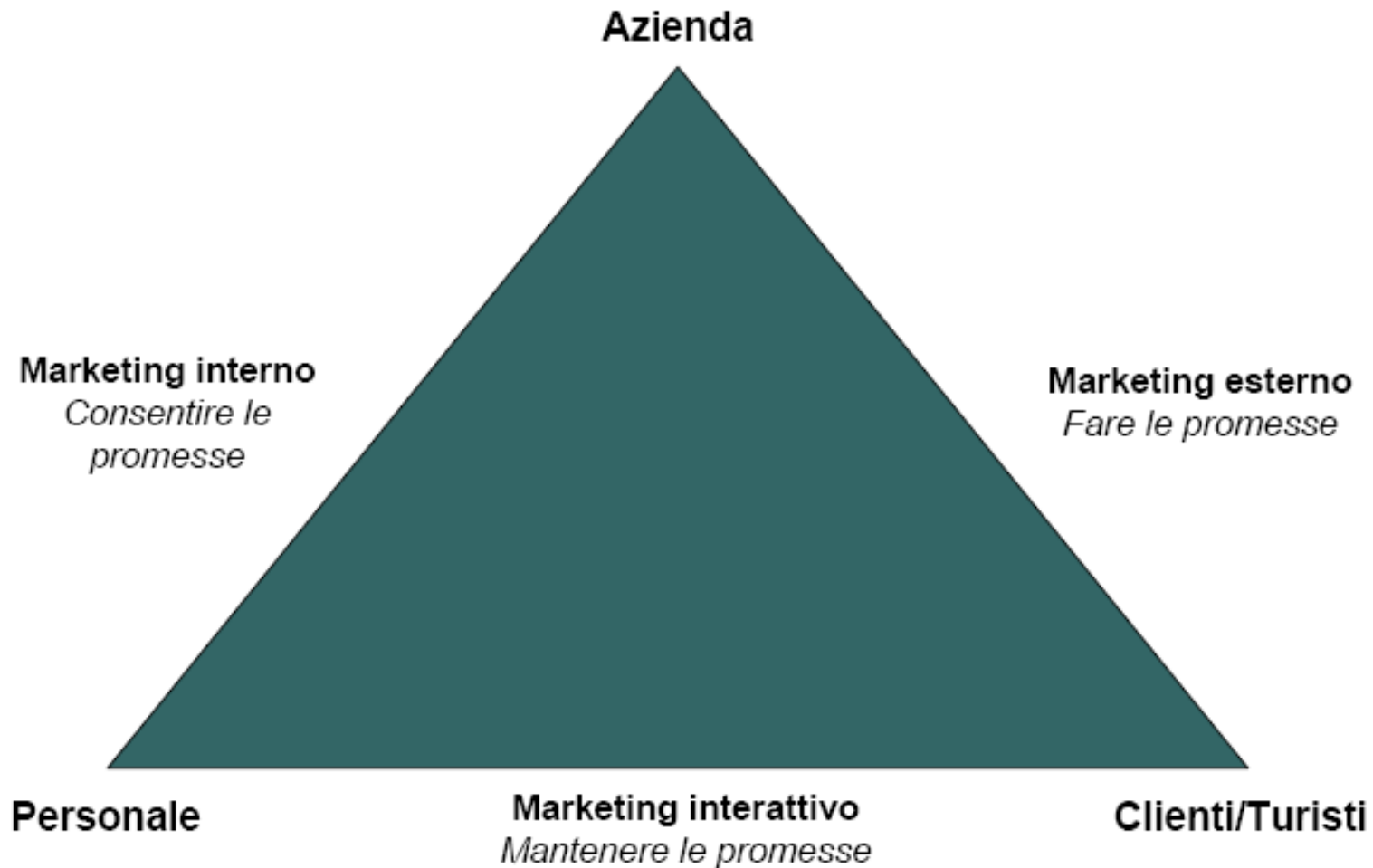
Aspetti centrali del marketing dei servizi

- **Gestire la differenziazione**
- **Gestire la qualità**
- **Rendere il prodotto tangibile**
- **Gestione del personale come elemento del prodotto**
- **Gestione dei punti di contatto**
- **Gestione del rischio percepito**
- **Gestione della capacità di domanda**
- **Gestione della coerenza**
- **CRM**

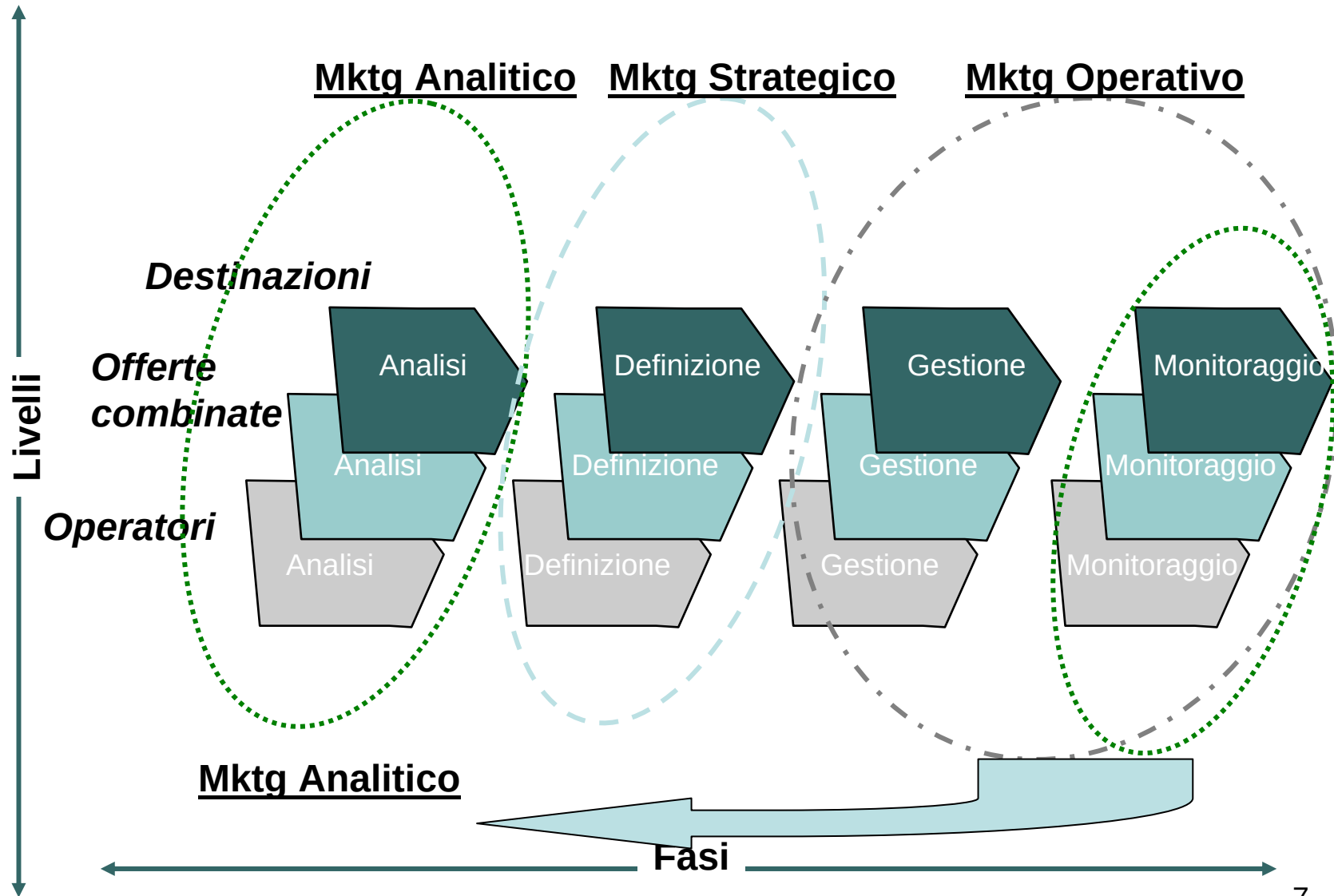
Modello base del sistema di erogazione dei servizi (Servunction Model)



Il marketing nei servizi turistici



Il processo di mktg turistico



Processo informativo



Articolazione macro-processo di Marketing



- Analisi dello scenario ambientale
- Analisi della domanda
- Analisi della concorrenza
- Analisi Comportamento di acquisto e di consumo



- Segmentazione e targeting
- Posizionamento
- Strategia



- Marketing Mix
- Marketing relazionale

Ambiente di marketing

L'**ambiente di marketing** di un'impresa è composto dagli **attori** e dalle **forze esterne** che influenzano la sua capacità di sviluppare e di mantenere con successo nel tempo transazioni con i propri **clienti**.

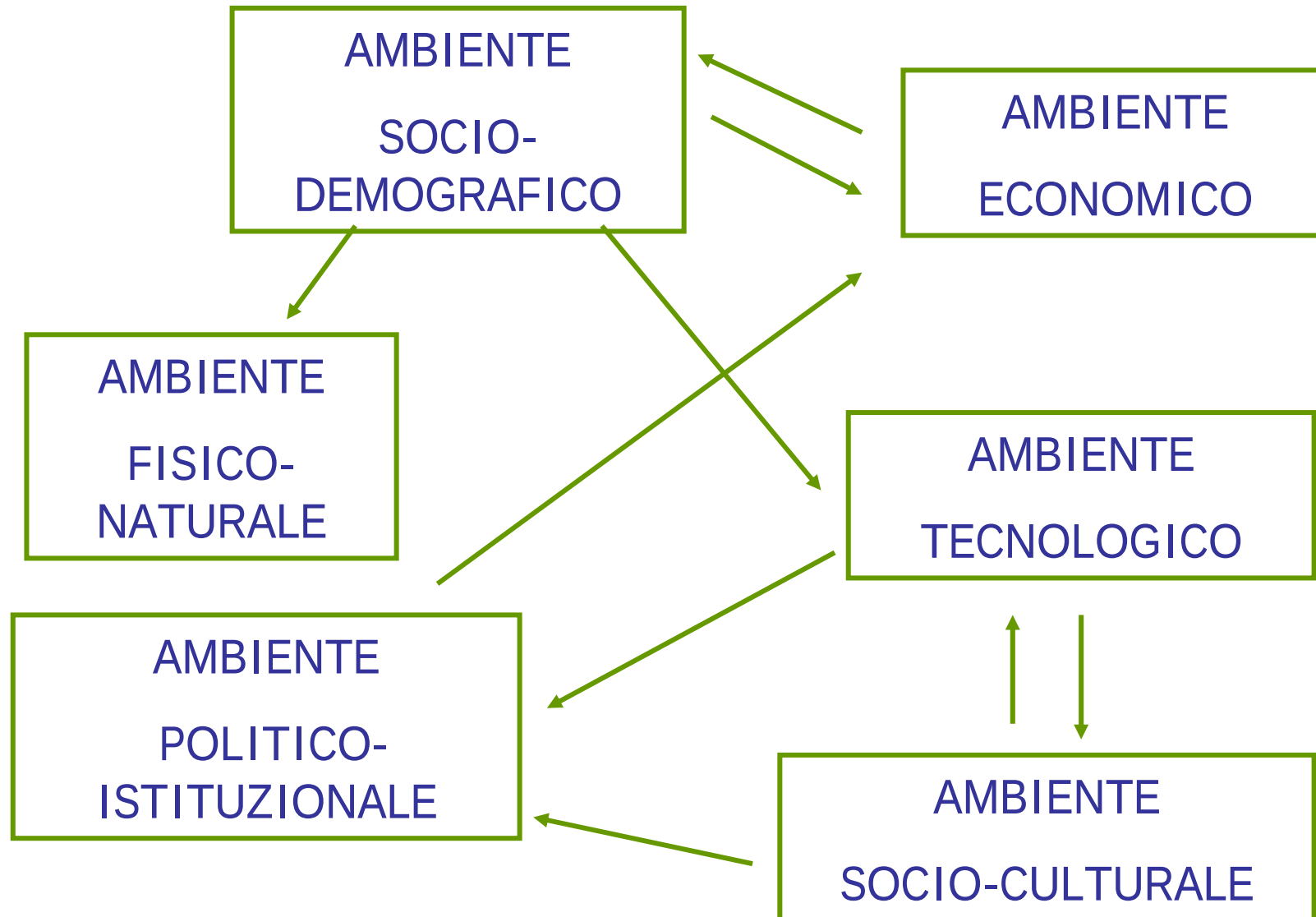
➤ **Micro – Ambiente**

- Concorrenza
- Domanda

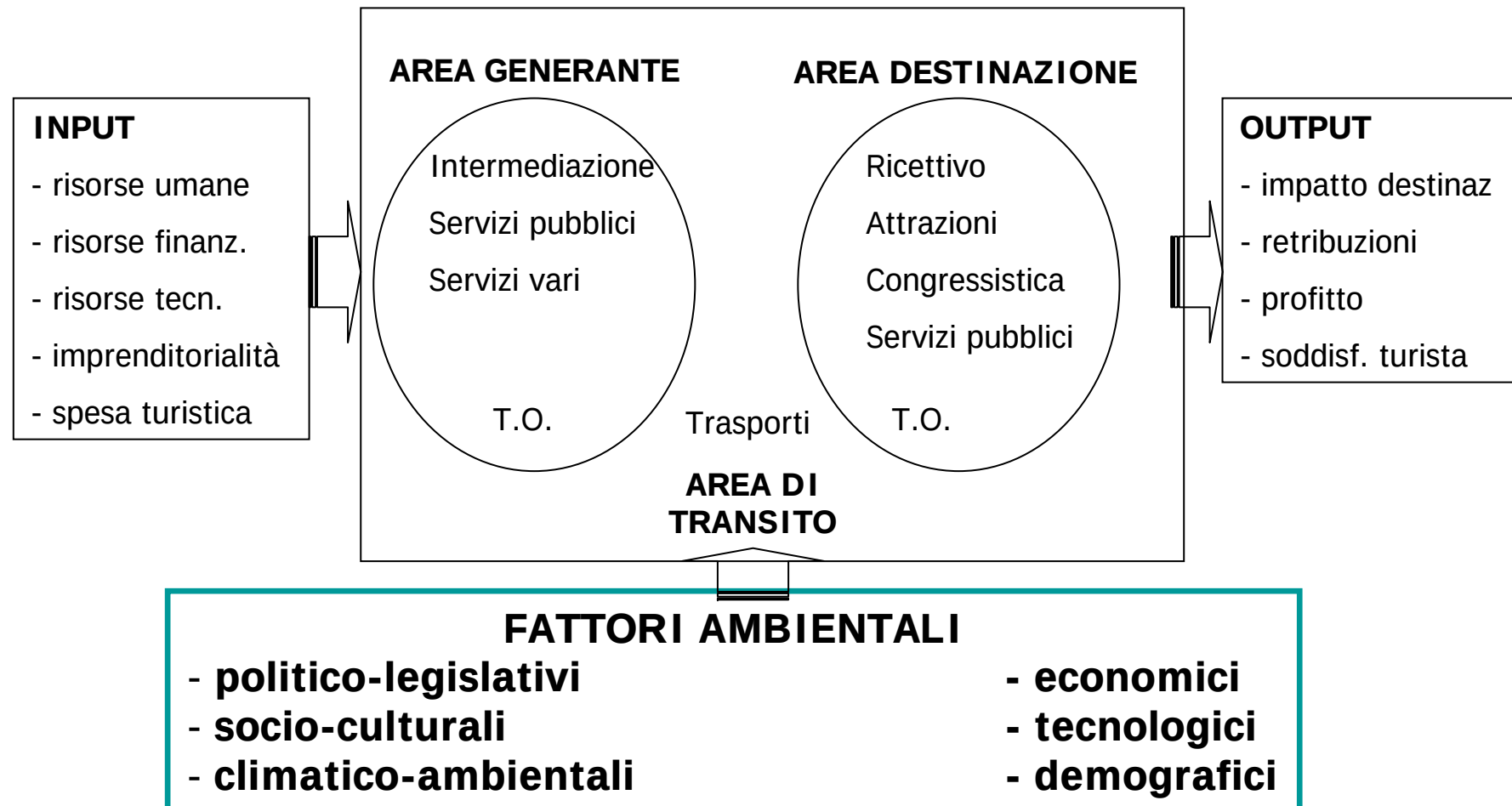
➤ **Macro – Ambiente**

➤ **Ricerche di marketing**

Macro Ambiente



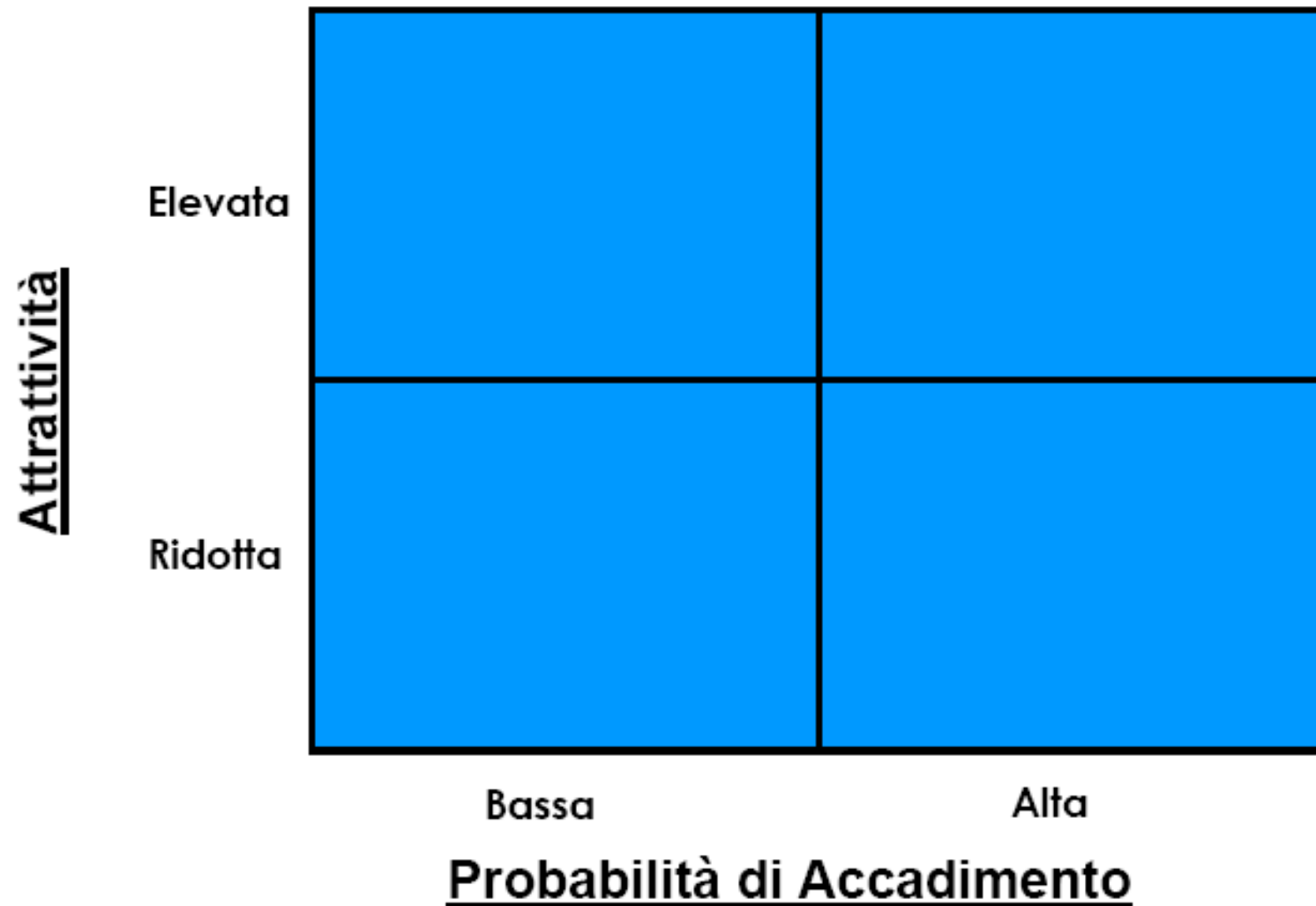
Macro-Ambiente



Macro Ambiente: Elementi da analizzare

- **Identificazione tendenze di fondo**
- **Individuazione punti di discontinuità**
- **Valutazione impatto**
- **Valutazione probabilità di accadimento**
- **Valutazione ambito temporale**

Macro Ambiente: Matrice Opportunità



Macro Ambiente: Matrice Minacce

<u>Gravità</u>	Elevata		
	Ridotta		
		Bassa	Alta
		<u>Probabilità di Accadimento</u>	

© 2011 Pearson Education, Inc. or its affiliate(s). All rights reserved. 10

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd